

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Museum Sumpah Pemuda adalah tempat yang cocok bagi para pemuda zaman sekarang untuk mempelajari apa perjuangan yang dilakukan pemuda terdahulu tetapi nyatanya, Museum Sumpah Pemuda malah sepi pengunjung. Hal yang perlu dilakukan adalah menarik para pemuda zaman sekarang untuk tertarik mendatangi Museum Sumpah Pemuda melalui promosi karena pemuda adalah penerus bangsa dan tingkat radikalisme dan intoleransi yang meningkat dinilai merupakan bukti luntarnya nilai Sumpah Pemuda. Namun promosi tidak bisa dilakukan tanpa strategi mengingat target perancangan memiliki sebuah persepsi yaitu sebuah museum sejarah membosankan, menyeramkan, dan beberapa fasilitas di dalamnya tidak mendukung.

Penulis membuat strategi promosi berupa provokasi agar para pemuda zaman sekarang tertantang dan bisa membuktikan diri bahwa mereka tidak kalah kompeten dengan pemuda zaman dahulu. Cara ini juga digunakan karena dinilai cukup baru untuk promosi dari sebuah museum. Penggunaan media juga dibuat tidak biasa agar menarik, namun peletakkan iklan di Indonesia belum bisa sebebas di luar negeri sehingga kreatifitas masih cukup terbatas.

Strategi promosi yang digunakan adalah AISAS yang terdiri dari *attention*, *interest*, *search*, *action*, dan *share*. Pada tahap *attention* dan *interest* penulis menggunakan media outdoor untuk menjangkau target yang sering berpergian,

namun karena tidak mungkin hanya mengandalkan media outdoor, penulis juga menggunakan media sosial untuk menjangkau target yang lebih luas. Agar mendapat perhatian, penulis menggunakan cara provokasi agar para target bisa terpancing. Kemudian dilanjutkan ke tahap *search* yaitu ke *website* Museum Sumpah Pemuda yang menyediakan informasi yang lengkap mengenai museum dan mengarahkan target untuk melakukan tahap *action* atau berkunjung ke museum. Di tahap *action* target mengunjungi Museum Sumpah Pemuda dan mendapatkan pengalaman baru karena belajar di Museum Sumpah Pemuda berbeda dengan museum lain didukung dengan fasilitas yang memadai dan teknologi yang mendukung pengunjung untuk belajar seperti AR. Setelah itu, di tahap *share* pengunjung membagikan pengalaman di Museum Sumpah Pemuda dengan interactive DOOH dan instagram filter.

5.2. Saran

Berdasarkan pengalaman pribadi dalam proses perancangan promosi Museum Sumpah Pemuda, penulis memiliki beberapa saran yaitu:

1. Melakukan pencarian data ke sumber yang kredibel dan relevan dengan permasalahan yang ada.
2. Mempelajari dengan baik perilaku dari target dan mencoba menempatkan diri sebagai target
3. Mengatur waktu dengan baik selama proses perancangan.
4. Memilih topik perancangan sesuai dengan minat dan bakat.